

Проведене нами дослідження свідчить, що в умовах активних процесів міжнародної глобалізації і інтеграції ринку туристських послуг, регіональний турпродукт АР Крим втрачає свої конкурентні позиції. З метою збереження існуючих і збільшення розмірів туристських потоків необхідно:

- досконало вивчити нормативно-правову базу функціонування рекреаційного комплексу України та розробити механізми сприяння і стимулювання розвитку курортно-туристської галузі на основі реалізації регіонального туристського потенціалу;
- розробити ефективні заходи регіональної туристської політики;
- виконувати активний пошук засобів інтенсифікації виробництва регіонального туристського продукту із забезпеченням необхідної його якості.

1.Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 288 с.

2.Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 208 с.

3.Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. – М.: Междунар. отношения, 1994. – 896 с.

4.Офіційний сайт Міністерства курортів і туризму АРК. Програма розвитку і реформування рекреаційного комплексу АРК на 2012-2013 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ark.gov.ua/images/strategiya2011-2020new-5.pdf>.

5.Офіційний сайт Міністерства курортів і туризму АРК. Стратегія економічного і соціального розвитку Автономної Республіки Крим на 2011-2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ark.gov.ua/images/strategiya2011-2020new-5.pdf>.

6.Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

Отримано 26.04.2012

УДК 330.341

М.В.ТИМЧЕНКО

Харківська національна академія міського господарства

НАУКОВІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ КЛАСТЕРІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Проаналізовано теоретичні та практичні аспекти поняття кластера та визначено поняття туристичного кластера. Досліджено вплив кластерів на ефективний розвиток туризму на регіональному рівні.

Проанализированы теоретические и практические аспекты понятия кластера и определены понятия туристического кластера. Исследовано влияние кластеров на эффективное развитие туризма на региональном уровне.

It is analysed theoretical and practical aspects of the cluster concept and defined the concept of tourism cluster. The influence of clusters on the effective development of tourism at the regional level.

Ключові слова: туризм, кластер, туристичний кластер, регіональний розвиток, конкурентоспроможність.

Сучасний стан економіки України та зміна ринкового середовища зумовлюють необхідність застосування стратегічного підходу до системи господарювання на підприємствах сфери туризму. Нині туріндустрія представляє собою галузь, що дуже швидко розвивається з високим рівнем конкуренції.

Потреба підвищення конкурентоспроможності економіки України свідчить про необхідність пошуку шляхів, що орієнтовані на оптимізацію просторової структури та відносин між органами виконавчої влади, суб'єктами господарювання, науково-дослідними установами, інвесторами з метою створення умов для стабільного розвитку за рахунок ефективного використання внутрішніх і зовнішніх ресурсів.

Одним із механізмів розв'язання цього завдання є кластерна модель об'єднання суб'єктів підприємництва в межах певного міста.

Проблеми створення, функціонування і розвитку кластерів як факторів підвищення конкурентоздатності підприємства знайшли своє відображення у працях зарубіжних та вітчизняних науковців. Найбільш повно кластерна теорія представлена у працях американського вченого М. Портера [4], серед інших слід виділити А. Маршала [3], А.Н. Тищенко [7], М.П.Войнаренко [1], С.І. Соколенко [5] та ін. В Україні проблемами кластеризації починають займатися такі дослідницькі організації: Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економіки, Національний інститут стратегічних досліджень та ін.

Кластерний підхід, заснований на партнерстві зацікавлених один в одному суб'єктів, спочатку використовувався в дослідженнях проблем конкурентоспроможності фірм. Згодом він став застосовуватися при вирішенні усе більше широкого кола завдань (зокрема, при аналізі економічного розвитку держави, регіону, галузі; при розробці загальнодержавної промислової політики й програм регіонального розвитку), а також як метод стимулювання інноваційної діяльності, основа взаємодії великого й малого бізнесу.

В економічній і спеціальній літературі поняття «кластер» має різні тлумачення, але головна ознака – об'єднання окремих елементів і компонентів в єдине ціле для виконання у взаємодії певної функції або реалізації поставленої мети. У перекладі з англійської мови «кластер» означає «пучок», «скупчення», «група».

Крім загальноновизнаного терміну «кластер» в літературі використовуються й інші: промислові райони; індустріальні округи; територіально-виробничі комплекси; мережеві організації та мережеві області та ін.

Майкл Портер, основоположник теорії кластерного розвитку, наводить наступне визначення поняття: «Кластери – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм в споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств по стандартизації, торгових об'єднань) у певних областях, що конкурують, але при цьому ведуть спільну роботу» [4].

За визначенням М.П.Войнаренко, «кластер – це територіально-галузеве добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють з науковими установами та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та економічного зростання регіону» [1].

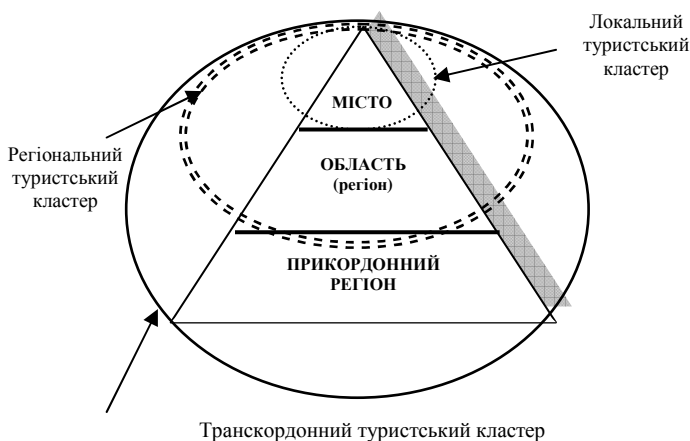
Географічна близькість учасників кластера є одним з його вирішальних ознак і зумовлює появу конкурентних переваг. Кластери являють собою складну систему, елементи якої об'єднані матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками.

Туристичний кластер – це система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових і додаткових послуг для створення спільного туристичного продукту [6]. Однак, на наш погляд, таке трактування є не зовсім точним, адже не відображає можливості участі у кластері органів влади, громадських організацій, науковців.

Аналіз аспектів і властивостей кластера дав змогу сформулювати наступне трактування цього поняття: туристичний кластер – це група географічно близьких, взаємопов'язаних туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг, а також пов'язаних з ними організацій, органів державної, місцевої влад, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру та здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність.

Туристичний кластер повинен включати певну комбінацію галузей, що створюють турпродукт і умови для підвищення його конкурентоспроможності. Крім того, кордони туристичного кластеру можуть змінюватись у зв'язку з появою нових підприємств і галузей, зі зміною умов ринку, державного регулювання. Тому межі туристичного кластеру досить складно підпорядкувати стандартним системам галузевої класифікації.

З усіх можливих класифікацій кластерів до туристської галузі найбільш підходить трирівневий розподіл, який дозволяє виділити на території потенційного розвитку туризму три утворення: локальний, регіональний і транскордонний туристські кластери [8] (рисунк).



Формування просторової агломерації локальних, регіональних і транскордонних туристських кластерів

В Україні поки що немає методики організації кластерних структур в галузі туризму, через що утворення кластерів на різних ієрархічних рівнях – регіональних, локальних – проводяться на основі узагальнених окремих публікацій зарубіжних авторів, наведених у спеціальній літературі.

У структурі типового туристичного кластеру виділяють чотири основні сектори:

- сектор виробництва туристичних послуг;
- сервісний сектор;
- допоміжний сектор;
- сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру [2].

Учасники туристичного кластеру, що належать до певного сегмента, наведено в таблиці.

Структура туристичного кластеру

Сектор	Заклади, що входять до сектору
1	2
Сектор виробництва туристичних послуг	<ul style="list-style-type: none"> • туроператорські фірми та турагентства; • заклади з розміщення; • заклади харчування • фірми-перевізники; • заклади оздоровлення; • заклади організації дозвілля туристів.

1	2
Сервісний сектор	<ul style="list-style-type: none"> • банківсько-кредитні та страхові установи; • навчальні заклади туристичного профілю; • наукові установи; • бізнес-центри; • лізингові компанії.
Допоміжний сектор	<ul style="list-style-type: none"> • підприємства з виробництва сувенірів; • підприємства з виробництва туристичного спорядження, специфічних для певної місцевості товарів; • поліграфічні підприємства; • картографічні фабрики; • періодичні видання, телерадіокомпанії; • органи державної влади, агенції регіонального розвитку, міжнародні та державні фонди і програми.
Сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру	<p>Сектор зв'язує між собою інші сектори і координує їх діяльність. Він включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетинговий відділ, • рекламно-інформаційний відділ; • логістичний відділ; • юридично-аудиторський відділ.

Наявність усіх перелічених вище елементів туристичного кластеру не є обов'язковою. Склад його учасників може розширюватись залежно від тісноти зв'язків, рівня сформованості кластеру. З частиною компаній сервісного та допоміжного секторів туристичний кластер може укладати угоди про співробітництво, що не передбачають їх входження до кластеру.

Таким чином, кластерний підхід в туристичній галузі сприяє поліпшенню якості туристичних послуг, створенню робочих місць, підвищенню доходів, та рівня життя населення на території його запровадження та в цілому активізує підприємництво через концентрацію ділової активності. Такі результати стають можливими завдяки постійному процесу взаємодії та можливості інтеграції інтелектуальних, природно-рекреаційних, трудових, фінансових і матеріальних ресурсів учасників об'єднання. Діяльність туристичних кластерів також сприяє підвищенню рівня кваліфікації та інтелектуального потенціалу працівників та розширює використання інноваційних і комунікаційних технологій.

1.Войнаренко М.П. Концепція кластерів – шлях до відродження виробництва на регіональному рівні / М.П. Войнаренко // Економіст. – 2000. – №1. – С.29-33.

2.Кальченко О.М. Кластеризація в туристичній галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vcndtu/Ekon/2009_39/22.htm.

3.Маршалл А. Принципы экономической науки: Пер с англ. – М.: Изд. группа

«Прогресс», 1993. – 416 с.

4. Портер М.Е. Конкуренция / М.Е. Портер. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2005. – 608 с.

5. Соколенко С.И. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры. Украинский контекст / С.И. Соколенко. – К.: Логос, 2002. – 646 с.

6. Теребух А.А. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг / А.А. Теребух, Н.Б. Бандура // Науковий вісник НЛТУ України: Зб. наук.-техн. праць. – Львів: РВВ НЛТУ України, 2010. – Вип. 20.12. – С.265-268.

7. Тищенко А.Н. Формирование конкурентоспособных кластеров в Харьковском регионе [Электронный ресурс] / А.Н. Тищенко, Н.Б. Петрова // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып.94. Серия: Экономические науки. – К.: Техніка, 2010. – С.54-61. – Режим доступа: <http://eprints.kname.edu.ua/17235/>.

8. Шутенко Н.В. Розробка стратегії розвитку туризму в Харківській області на основі просторової агломерації локальних, регіональних та транскордонних туристських кластерів [Електронний ресурс] / Н.В. Шутенко // Комунальне господарство міст: Наук.-техн. зб. Вип.98. Серія: Економічні науки. – Харків: ХНАМГ, 2011. – С. 403-408. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/21549/>.

Отримано 06.04.2012

УДК 338.48

С.І.СИСОЄВА

Харківська національна академія міського господарства

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ТРАНЗИТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Аргументовано необхідність залучення дистанційної системи навчання до процесу навчання кваліфікованих кадрів туристичної галузі на будь-якому професійному рівні, розглянуто методи та форми дистанційної системи навчання, які можна успішно застосувати під час підготовки та перепідготовки працівників.

Аргументирована необходимость привлечения дистанционной системы обучения к процессу обучения квалифицированных кадров туристической отрасли на любом профессиональном уровне, рассмотрены методы и формы дистанционной системы обучения, которые можно успешно применить во время подготовки и переподготовки работников.

The necessity of bringing in of the controlled from distance departmental teaching is argued to the process of studies of skilled shots of tourist industry at any professional level, methods and forms of the controlled from distance system are considered studies that can be successfully applied during preparation and retraining of workers.

Ключові слова: дистанційне навчання, кваліфікаційний рівень персоналу, децентралізація навчання, моніторинг навчального процесу, методи дистанційного навчання, учбовий контингент, комплексна, проблемна та дослідницька форми навчання, успішність працівника, підготовленість фахівця.

Сучасний туристичний ринок України стрімко змінює своє обличчя, про що свідчить активізація процесу створення філіалів вже достатньо розвинутих туристичних фірм та появи нових, і цей процес